



EURE

ISSN: 0250-7161

eure@eure.cl

Pontificia Universidad Católica de Chile
Chile

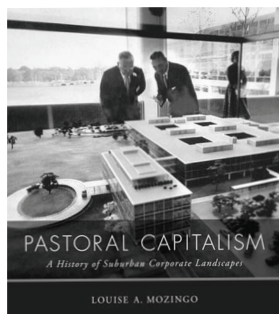
Suárez-Carrasquillo, Carlos A.
Capitalismo pastoral: Una historia de paisajes suburbanos corporativos
EURE, vol. 39, núm. 117, mayo, 2013, pp. 243-247
Pontificia Universidad Católica de Chile
Santiago, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19626351011>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



CAPITALISMO PASTORAL: UNA HISTORIA DE PAISAJES SUBURBANOS CORPORATIVOS

Louise A. Mozingo

MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS,
2011.

La experiencia suburbana en los Estados Unidos ha sido documentada a través de los años por varias disciplinas y distintas aproximaciones. Louise A. Mozingo añade otra dimensión en *Pastoral capitalism: A history of suburban corporate landscapes* (2011), donde considera el impacto que tuvieron sobre los suburbios del país los cambios ocurridos en el capitalismo estadounidense. Vale decir, cómo se modificó el paisaje suburbano en la medida en que diversas compañías empezaron a mudarse fuera de las ciudades en dirección a los suburbios. La autora logra establecer una conexión muy sólida entre los intereses económicos de esas compañías y la huella que dejaron en espacios que inicialmente mostraron cierta hostilidad a su llegada. Al respecto, examina cómo la in-

corporación de un paisajismo pastoral en las instalaciones corporativas tuvo una función política significativa, ya que sirvió como entrada a nuevos espacios de producción en los Estados Unidos, básicamente el de los suburbios.

Para entender estos cambios paisajísticos suburbanos, Mozingo nos invita a considerar el cambio experimentado por la estructura del capitalismo estadounidense a principios del siglo XX. Documenta cómo, alrededor de la década de 1920, se empieza a registrar en el país una nueva organización corporativa. El *managerial capitalism* (capitalismo administrativo) hasta entonces vigente da paso a una nueva organización en la cual se enfatiza el mérito en tanto atributo princi-

pal en la contratación y jerarquía corporativa. La autora argumenta que, ya para la década de 1940, dicha práctica era común en los Estados Unidos, un cambio que resultó crucial ante la expansión de esas compañías dentro del país y en el exterior. El capitalismo administrativo había incidido no solo en la organización de las compañías, sino también en la producción y la distribución de las industrias estadounidenses de aquella época. El nuevo paradigma administrativo hacía de la mudanza al suburbio una medida apetecible, en especial cuando las compañías emprendían el proceso de reclutar la necesaria nómina de empleados.

Otro elemento crucial del argumento que propone Mazingo respecto de la nueva cara del capitalismo surgida en esos años en los Estados Unidos hace hincapié en el rol del paisaje pastoral incorporado a sus instalaciones. Un ejemplo que personifica esa noción en la cultura estadounidense es la descripción del diseño del Parque Central de la ciudad de Nueva York que hace Frederick Law Olmsted, en que lo describe precisamente como “pastoral”. La autora propone que ya para mediados del siglo XX se había logrado en la cultura estadounidense un imaginario muy arraigado, según el cual los espacios verdes se entendían como ‘divinos’. La conexión entre el capitalismo y el paisaje, señala Mazingo, se logró precisamente durante esa época, cuando la introducción de los paisajes corporativos en los suburbios pastorales sirvió para insertar la empresa capitalista en el orden moral vigente en dichas áreas. Este giro tuvo una consecuencia política muy poderosa, ya que las corporaciones decidieron, de manera muy sagaz, asumir el código moral y espacial suburbano. La consecuencia práctica de esta incorporación moral en lo espacial es que facilitaría el que muchas corporaciones mudaran sus operaciones desde el centro de la ciudad (por

ejemplo, Manhattan en la ciudad de Nueva York) a las afueras en estados colindantes (como Nueva Jersey o Connecticut).

Los cambios reseñados se intensificaron en el contexto de la posguerra, cuando junto con la expansión de la economía estadounidense luego de 1945, se dio un éxodo significativo de personas y compañías hacia las afueras de las ciudades. Mazingo argumenta que tres nuevas formas suburbanas son parte de este capitalismo pastoral: el *corporate campus* (campus corporativo), el *corporate estate* (urbanización corporativa) y el *office park* (parque industrial).

El *campus corporativo* emergió durante la década de 1940 y se caracterizaba por ser un edificio rectangular que incluía oficinas y laboratorios, y un área verde alrededor del rectángulo. Este tipo de edificio estaba inspirado en el campus universitario estadounidense y en él se procuraba realizar labores de investigación. Es importante entender que los cambios en la economía estadounidense están muy ceñidos a la importancia creciente de las universidades en los procesos económicos. Las compañías estadounidenses empezaron a atraer a sus filas a individuos con preparación de posgrado en distintas disciplinas. Este talento intelectual estaba acostumbrado al paisaje típico del campus universitario, y las corporaciones procuraron crear espacios en sus oficinas similares a los que habían vivido durante su época estudiantil. La idea era reclutar al mejor talento académico disponible e invitar la producción intelectual que redundaría en un beneficio económico para estas compañías.

La *urbanización corporativa* es producto del campus corporativo y surgió a comienzos de la década de 1950. Estaba compuesta de una planta física imponente a cuya entrada se llegaba en automóvil, y gozaba de un paisaje

nítidamente diseñado de doscientos acres o más. Compañías prestigiosas de la época, como *General Foods* o *Connecticut General Life Insurance Company*, dejaron atrás sus rascacielos citadinos y los sustituyeron por estos nuevos espacios. Mozingo examina a lo largo del libro cómo muchas compañías diseñaron campañas publicitarias basadas en una imagen pública apoyada en estos nuevos edificios y paisajes, y dirigida a los empleados, residentes, vecinos de la comunidad, banqueros y compañías competidoras.

Para finales de la década de 1950, distintos desarrolladores elaboraron el *parque industrial*, cuya meta era ofrecer una alternativa mucho más económica al campus corporativo y a la urbanización corporativa. Estos edificios proveían oficinas, estacionamientos y paisajes a una escala menos imponente. Resulta importante resaltar que, a fines del siglo XX, la flexibilidad del parque industrial se convertiría en su mejor atributo. En la medida en que las corporaciones lograban mayor flexibilidad en su producción y desarrollo, los parques industriales servirían como un espacio idóneo por su bajo costo y un compromiso de corto plazo.

Resulta muy importante resaltar que lo reseñado hasta el momento no ocurre en un vacío. Podríamos resumir los varios elementos que facilitaron la mudanza de diversas compañías a los suburbios; entre ellos, la expansión económica de la posguerra, cambios en la producción económica, un perfil cambiante de las ciudades estadounidenses (en particular en cuanto a elementos de clase y raza se refiere). A nuestro juicio, hay consideraciones políticas interesantes de tener en cuenta al analizar la importancia del trabajo de Mozingo. Las preguntas que quedan por atender son las siguientes: ¿por qué estas compañías se mudaron hacia los

suburbios?, ¿cuáles fueron los retos políticos que enfrentaron?, ¿qué tipo de resistencia encontraron?

Al atender estas preguntas, nos adentramos en la gran virtud de este libro. Aunque su portada parecería indicar que es un tratado sobre paisajismo y capitalismo, de hecho abarca mucho más. Así, el componente político en la toma de las decisiones de estas compañías es atendido satisfactoriamente por Mozingo, quien documenta cómo las fábricas a comienzos del siglo XX en los Estados Unidos pasaron de ser vistas y celebradas como emblemas del progreso y grandeza económica, a ser símbolos de la mano de obra y de la clase trabajadora. Por otra parte, la Era Progresista de los Estados Unidos entendió que las fábricas eran espacios insalubres que debían ser reformados, y una buena salida al respecto era la integración al paisaje suburbano. Incidió también en el giro de las compañías hacia los suburbios el alto costo y las dificultades de conseguir espacios para oficinas en las ciudades, dada su creciente densidad. Las relaciones obrero-patronales fueron otro factor en ese proceso, en la medida en que los sindicatos ganaron fuerza durante la década de 1940 y 1950, y se entendía que al mudarse al suburbio disminuirían las fricciones entre empleados sindicalizados y no sindicalizados. El componente racial también se haría presente en esta realidad, ya que los administradores de las compañías se sentían alarmados ante la creciente diversidad racial de las ciudades. Mozingo hace referencia a un ejecutivo que, durante una entrevista en el año 1952, indicó que procuraban buscar un mejor tipo de empleado al irse de la ciudad. La autora también cita cómo la revista *Fortune* informaba que, para el año 1960, Nueva York se estaba convirtiendo en una ciudad de negros y puertorriqueños, y que muchas compañías

no estaban dispuestas a contratarlos como empleados. Además de estos factores se sumó el de la seguridad nacional estadounidense durante el comienzo de la Guerra Fría. Muchas compañías respondieron al llamado de la administración del Presidente Truman, que planteaba la necesidad de dispersar geográficamente las compañías como medida preventiva en caso de un ataque nuclear. Finalmente, la mudanza hacia los suburbios les daba más control a las compañías sobre el nuevo espacio que iban a ocupar, una especie de *tabula rasa*.

Se podría caer en la trampa de entender que el proceso político aquí reseñado por Mozingo va en una sola dirección. Ese no es el caso, ya que la autora aborda la resistencia de muchos suburbios a la llegada de las corporaciones a sus vecindarios, y su preocupación respecto de que su estilo de vida suburbano se vería interrumpido. Sus preocupaciones nos recuerdan lo que hoy conocemos como el movimiento NIMBY (*Not in my backyard*: No en mi patio trasero). La inquietud concreta en ese entonces era que el orden moral suburbano se vería trastocado con la llegada de las grandes firmas. Es precisamente en este momento que el paisajismo presentado por el capitalismo pastoral sirve como una de sus llaves de entrada a ese nuevo espacio. Tal mecanismo era reforzado por el argumento esgrimido por las compañías en cuanto a que su capacidad de generar empleos, sumada a su contribución a la base tributaria de las comunidades, terminarían por lograr la aceptación de sus nuevos vecinos.

Una de las muchas virtudes de *Pastoral capitalism* consiste en que los ejemplos son abundantes y no se limitan a una región particular de los Estados Unidos; el libro se ocupa de presentar casos que van desde lugares tan distantes como Nueva York en el

Este, Illinois en el Centro y California en el Oeste. Mozingo también da cuenta de distintos debates que se realizaron antes de que los edificios corporativos se hicieran realidad; debates dentro de las mismas juntas de directores de las compañías, rivalidades, distintas tradiciones que cada arquitecto traía con sus diseños, entre muchos otros. Otro elemento que es muy enriquecedor es la incorporación de fotografías de la época, anuncios publicitarios, y hasta dibujos animados que intentan capturar los debates culturales que los cambios descritos provocaron en los Estados Unidos.

El libro ocupa la mayor parte de sus páginas en la realidad estadounidense, pero en su sexto capítulo considera las experiencias en Europa y Asia. Mozingo llama a esta realidad el “capitalismo pastoral global”, y argumenta que se inició a partir de la década de 1970 con las oficinas de IBM en Portsmouth, Reino Unido. La autora documenta cómo este ejemplo fue imitado por otras compañías europeas, y hasta en países en vías de desarrollo, como India.

Las limitaciones de este texto son muy pocas. Algunas que podríamos resaltar son las generalizaciones hechas sobre las ciudades y suburbios estudiados en el caso estadounidense. También nos gustaría saber cómo se traducen los valores del capitalismo pastoral estadounidense fuera de su país de origen. ¿Se podrían entender estos procesos como una imposición extranjera, o valores que son asumidos o negociados en los ejemplos de Europa y Asia? Entendemos que esta pregunta puede dar paso a un debate muy interesante.

Es precisamente aquí donde sería fascinante considerar qué diría Mozingo si evaluara la realidad de América Latina y el Caribe a la luz del argumento esbozado en *Pastoral*

capitalism. Sin dudas, Louise A. Mozingo aporta muchas ideas, ejemplos y experiencias que nos invitan a considerar el rol de las compañías en los suburbios latinoamericanos y caribeños. En resumen, *Pastoral capitalism* es un texto que logra hacer de lo intangible algo muy tangible, y nos invita a considerar los valores del capitalismo a través del paisaje. Este libro es una gran contribución, inclusive para aquellos de nosotros interesados en estudiar las distintas dinámicas del poder que se articulan en las ciudades y suburbios a través del diseño. ©EURE

Carlos A. Suárez-Carrasquillo

CONNECTICUT COLLEGE, NEW LONDON, ESTADOS

UNIDOS

EMAIL: CSUAREZCARRASQUILLO@GMAIL.COM